

**Т. И. Цыбранкова** (tamar8230@mail.ru),

канд. техн. наук, доцент

**О. А. Михалочкина** (mihalochkina1998@mail.ru),

магистрант

Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь

## КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТЕКЛЯННОЙ ПОСУДЫ

В статье рассматриваются вопросы оценки качества и конкурентоспособности стеклянной посуды белорусского производства по сравнению с ее европейскими аналогами, представленными на рынке Республики Беларусь. Оценка уровня качества и конкурентоспособности стеклянных бокалов проведена с учетом покупательских предпочтений.

In article questions of an assessment of quality and competitiveness of glasswares of the Belarusian production in comparison with its European analogs presented in the market of Republic of Belarus are considered. The assessment of a level of quality and competitiveness of glass glasses is carried out taking into account consumer preferences.

Еще несколько лет назад рынок белорусской стеклянной посуды состоял всего лишь из нескольких иностранных компаний, а 90% всего сектора легально продаваемых бокалов, тарелок и прочих принадлежностей сервировки принадлежало компании *ArcInternational* (*Luminarc*, *Arcopal*, *Arcoroc*). В настоящее время ситуация несколько изменилась – отечественные производители стеклянной посуды начинают занимать больший удельный вес, их ассортимент может составить достойную конкуренцию европейским производителям.

Стекольная промышленность является перспективной отраслью, вырабатывающей товары народного потребления, без которых невозможен нормальный быт людей. Поэтому в перспективе предполагается ее дальнейшее развитие, наращивание объемов производства, расширение выпускаемого ассортимента. Можно отметить два завода, которые выпускают практически весь ассортимент стеклянной посуды белорусского производства – ОАО «Стеклозавод "Неман"», ПРУП «Борисовский хрустальный завод имени Ф. Э. Дзержинского».

Стеклянная посуда все больше используется для сервировки стола как в домах, так и в заведениях общепита, вытесняя собой традиционные фарфоровые изделия. Современные производители предлагают широкий ассортимент посуды не только из обыкновенного стекла, но и из ситаллового и боросиликатного стекла, который представлен практически во всех сегментах рынка. Поэтому торговые работники обязаны своевременно учитывать и доводить до работников промышленности изменения потребительского спроса, отстаивать интересы потребителей перед промышленностью. Выполнение этих задач возможно лишь на основе глубокого изучения работниками торговли свойств исходных материалов для изготовления стеклянной посуды, методов производства, ассортимента, потребностей отдельных групп потребителей.

С целью выявления покупательского спроса на стеклянную посуду нами была разработана анкета и проведен социологический опрос. Всего было опрошено 100 покупателей магазина ОРБ «Электрохозторг». По данным опроса было выявлено, что при покупке стеклянной посуды 50% потребителей отдают предпочтение изделиям из обыкновенного стекла, мотивируя это тем, что данные изделия имеют приемлемую цену и красивый внешний вид. Только 30% покупателей отдают предпочтение изделиям из хрустального стекла, 9% потребителей покупают изделия из ситаллового стекла, 11% покупателей предпочитают стеклянную посуду из боросиликатного стекла. При выборе стеклянной посуды 52% респондентов отдают предпочтение посуде из цветного стекла, мотивируя это тем, что данный вид посуды имеет красивый внешний вид, 38% анкетированных выбирают посуду из бесцветного стекла (в основном это посуда для запекания, подачи пищи на стол), а 10% респондентов покупают посуду с нацветом. Наибольшим спросом (72% ответов) пользуется стеклянная столовая посуда, в том числе и чайно-кофейного назначения, так как эта посуда имеет широкий видовой ассортимент и постоянно востребована потребителями. Менее востребована стеклянная кухонная посуда (16% ответов), так как ее ассортимент не совсем привычен для покупателей (стеклянные сковородки, кастрюли, формы для запекания) и мало разрекламирован. Хозяйственную посуду из стекла покупают еще меньше (12% ответов). При приобретении стеклянной посуды 50% респондентов предпочитают посуду среднего размера, 26 – мелкую, 13 – крупную, 11% – особо крупную.

По данным опроса было выявлено, что при выборе стеклянной посуды 62% покупателей отдают предпочтение продукции зарубежных производителей (Россия, Франция, Турция), 28% выбирают стеклянные изделия белорусского производства, а 10% опрошенных не обращают внимания на производителя. Видовой ассортимент стеклянной посуды, предлагаемый в магазине ОРБ «Электрохозторг», устраивает всего 63% опрошенных. При этом 20% покупателей считают, что ассортимент в магазине обновляется достаточно часто, 52% – недостаточно часто, и 28% – редко.

Анализ покупательских предпочтений показал, что при выборе стеклянной посуды потребители обращают внимание в большей степени на ее эстетические свойства, затем на эргономические и в меньшей степени на функциональные свойства. Среди эстетических свойств наиболее значимыми являются соответствие декора современным требованиям (35% ответов), соответствие фасона изделия современным требованиям (24% ответов) и композиционная целостность изделия (13% ответов). Среди эргономических свойств при выборе стеклянных изделий наиболее важными показателями, с точки зрения потребителей, являются удобство очистки изделия (31% ответов), устойчивость изделия на поверхности (20% ответов) и удобство заполнения изделия (18% ответов). Из функциональных свойств стеклянной посуды наиболее важны для покупателей соответствие вида стекла назначению изделия (55% ответов) и универсальность использования (31% ответов покупателей). Основными критериями при выборе стеклянной посуды являются цена изделия (35%), вид стекла (23%), вид декора (20%) и оригинальность изделия (18% ответов).

Для оценки качества и уровня конкурентоспособности стеклянных изделий были выбраны 6 образцов стеклянных бокалов белорусского и зарубежного производства, изготовленных из обыкновенного и хрустального стекла. В качестве базового образца был выбран бокал из хрустального стекла (артикул 6с3219-10) производства ПРУП «Борисовский хрустальный завод имени Ф. Э. Дзержинского».

Для оценки уровня качества и конкурентоспособности на основании ТНПА, покупательских предпочтений и мнений экспертов нами выбраны 7 показателей качества стеклянных бокалов: соответствие вида стекла назначению, оригинальность декора, удобство очистки изделия, удобство заполнения изделия, устойчивость изделия на поверхности, устойчивость изделия к механическим воздействиям, соответствие фасона изделия современным требованиям.

По выбранной номенклатуре свойств были разработаны критерии оценки показателей качества стеклянных бокалов и оценочная шкала выбранных свойств, которые позволяют объективно провести оценку уровня качества и конкурентоспособности выбранных образцов. Оценка качества продукции определяется как совокупность операций, включающих выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции, определение этих показателей и сравнение их с базовым образцом. Оценка значимости показателей качества производилась экспертным методом путем ранжирования, т. е. присвоения показателю порядкового ранга.

Для оценки уровня качества использовался метод балльной оценки. Далее проводилась экспертная оценка качества стеклянных бокалов и определялся комплексный показатель качества. Комплексный показатель качества представляет собой сумму произведений оценок по единичным показателям качества на соответствующие коэффициенты весомости. Расчет коэффициентов весомости показателей качества стеклянных бокалов представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Коэффициенты весомости показателей качества стеклянных бокалов

Свойства	Ранги, поставленные экспертами					Сумма рангов ( $\sum R$ )	Коэффициент весомости ( $m_i$ )
	1-м	2-м	3-м	4-м	5-м		
1. Соответствие вида стекла назначению	5	6	5	5	5	26	0,19
2. Оригинальность декора	6	5	7	6	7	31	0,22
3. Удобство очистки изделия	4	3	3	3	4	17	0,12
4. Удобство заполнения изделия	1	2	1	1	2	7	0,05
5. Устойчивость изделия на поверхности	3	4	4	4	3	18	0,13
6. Устойчивость изделия к механическим воздействиям	2	1	2	2	1	8	0,06
7. Соответствие фасона современным требованиям	7	7	6	7	6	33	0,24
Итого	28	28	28	28	28	140	1,00
Примечание – Собственная разработка автора.							

Наибольший коэффициент весомости имеет свойство «соответствие фасона современным требованиям» ( $m_7 = 0,24$ ), при выборе бокалов этот показатель является определяющим. Показатель

«оригинальность декора» занимает второе место в рейтинге: коэффициент весомости  $m_2 = 0,22$ . Наименьший коэффициент весомости принадлежит показателю «устойчивость к механическим воздействиям» ( $m_6 = 0,06$ ).

Оценка фактических показателей качества образцов стеклянных бокалов проводилась по пятибалльной шкале с учетом их фактических характеристик. Оценка уровня качества образцов определялась исходя из оценочной шкалы комплексного показателя качества, где 1,00–0,96 – отличный уровень качества; 0,95–0,70 – хороший уровень качества; 0,69–0,50 – удовлетворительный уровень качества и 0,49 и менее – неудовлетворительный уровень качества.

Расчет уровня качества стеклянных бокалов, реализуемых в магазине ОРБ «Электрохозторг», представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Уровень качества стеклянных бокалов

Номер образца, артикул	Предприятие-изготовитель	Комплексный обобщающий показатель качества ( $Q$ )	Уровень качества	Характеристика уровня качества
1. Артикул 6с3219-10 (базовый)	ПРУП «Борисовский хрустальный завод имени Ф. Э. Дзержинского» (Республика Беларусь)	4,23	0,85	Хорошее
2. Артикул 6403	ОАО «Стеклозавод "Неман"» (Республика Беларусь)	3,75	0,75	Хорошее
3. Артикул 786480	<i>Bohemia</i> (Чехия)	3,60	0,72	Хорошее
4. Артикул 62368	<i>Luminarc Domino</i> (Франция)	3,83	0,77	Хорошее
5. Артикул 175450	<i>SchottZwiesel</i> (Германия)	3,33	0,67	Удовлетворительное
6. Артикул 6702	ОАО «Стеклозавод "Неман"» (Республика Беларусь)	4,13	0,83	Хорошее
Примечание – Собственная разработка автора.				

Следовательно, можно отметить, что ни один из оцениваемых образцов стеклянных бокалов отличного уровня качества не имеет. Хороший уровень качества имеют 5 образцов, за исключением образца № 5, так как он отмечен удовлетворительным уровнем качества.

Для оценки уровня конкурентоспособности образцов использовалась следующая шкала градации:

- от 1,00 и выше – очень высокий уровень конкурентоспособности;
- от 0,99 до 0,90 – высокий уровень конкурентоспособности;
- от 0,89 до 0,70 – средний уровень конкурентоспособности;
- от 0,69 до 0,50 – низкий уровень конкурентоспособности,
- ниже 0,49 – изделие неконкурентоспособно.

Расчет уровня конкурентоспособности образцов стеклянных бокалов представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Уровень конкурентоспособности стеклянных бокалов

Номер образца, артикул	Предприятие-изготовитель	Комплексный показатель качества ( $Q$ )	Розничная цена, р.	Интегральный показатель конкурентоспособности ( $I$ )	Уровень конкурентоспособности ( $K$ )	Характеристика уровня конкурентоспособности
1. Артикул 6с3219-10 (базовый)	ПРУП «Борисовский хрустальный завод имени Ф. Э. Дзержинского» (Республика Беларусь)	4,23	51 400	0,000 082	1,000 00	Очень высокий
2. Артикул 6403	ОАО «Стеклозавод "Неман"» (Республика Беларусь)	3,75	20 400	0,000 183	2,241 75	Очень высокий
3. Артикул 786480	<i>Bohemia</i> (Чехия)	3,60	25 900	0,000 139	1,695 07	Очень высокий
4. Артикул 62368	<i>Luminarc Domino</i> (Франция)	3,83	26 300	0,000 146	1,775 94	Очень высокий
5. Артикул 175450	<i>SchottZwiesel</i> (Германия)	3,33	44 600	0,000 075	0,910 53	Высокий
6. Артикул 6702	ОАО «Стеклозавод "Неман"» (Республика Беларусь)	4,13	46 800	0,000 088	1,076 19	Очень высокий

Согласно данным таблицы 3 и на основании расчетов уровня конкурентоспособности можно отметить, что конкурентоспособность образцов стеклянных бокалов очень высокая и высокая, что обусловлено оптимальным сочетанием цены и качества.

Таким образом, результаты проведенной оценки уровня качества и конкурентоспособности стеклянных бокалов показывают, что стеклянная посуда белорусского производства является конкурентоспособной в сравнении с импортными аналогами. В этой связи в ОРБ «Электрохозторг» целесообразно расширить структуру видового ассортимента стеклянной посуды отечественного производства. При этом товароведам при закупках необходимо учитывать, что покупатели после того, как определились с видом посуды, обращают внимание на цену изделия, вид стекла, декор и оригинальность стеклянного изделия.

#### **Список использованной литературы**

1. **Товароведение** непродовольственных товаров : учеб. / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко. – Минск : Выш. шк., 2014. – 667 с.
2. **Управление** качеством : учебно-метод. пособие / В. Е. Сыцко [и др.] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко. – Минск : Выш. шк., 2008. – 192 с.